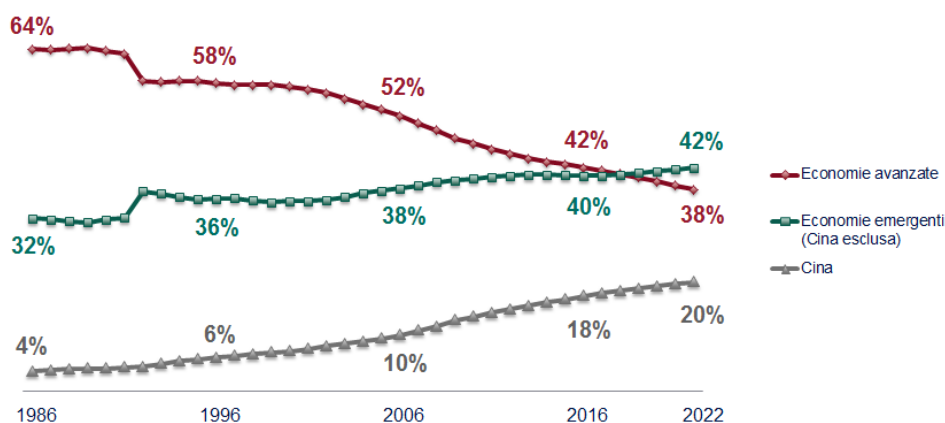


Sasso nello stagno

L'export italiano alla sfida dei mercati emergenti

Uno degli effetti della globalizzazione è stato quello di favorire lo sviluppo dei **paesi emergenti** che nel tempo **hanno assunto un ruolo geopolitico sempre più rilevante**. Con l'economia che è diventata sempre più integrata e competitiva, gli equilibri mondiali sono mutati. **I paesi avanzati hanno visto diminuire il proprio peso sul Pil globale a scapito della quota detenuta dai paesi emergenti** (Figura 1); su tutti, la Cina ha mostrato l'evoluzione più consistente con un incremento di quasi 15 punti percentuali negli ultimi trent'anni. L'ascesa economica di queste geografie è evidente anche dal lato della produzione manifatturiera. Attratti dal basso costo della manodopera e dalla necessità di un presidio in mercati ad alto potenziale di domanda, un numero crescente di imprese dei paesi avanzati ha optato per l'internazionalizzazione dei processi produttivi in queste economie: ciò in parte spiega perché dal 1990 al 2010 la produzione manifatturiera dei paesi del G7 sul totale mondiale è diminuita di circa il 18%¹, facendo strada, tra gli altri, ad alcuni paesi emergenti quali Cina, India, Indonesia, Polonia e Thailandia.

Figura 1: quota Pil* economie avanzate ed emergenti** su Pil globale (%)



* Pil a parità di potere d'acquisto (PPA)

** Economie avanzate ed emergenti identificate seguendo la definizione del Fondo monetario internazionale (Fmi)

Fonte: elaborazioni SACE su dati Fmi

La crescita delle economie emergenti non si arresterà nei prossimi anni e con essa aumenterà anche la capacità di domandare prodotti dall'estero. Se è vero che i paesi avanzati sono (e resteranno) destinazioni imprescindibili per le imprese italiane, con Germania, Francia e Stati Uniti che rappresentano circa il 30% del totale esportato, **occorrerà approssimare con maggiore incisività i mercati emergenti.** La nostra quota di mercato infatti è ancora piuttosto modesta in molte di queste geografie e in diversi casi inferiore a quella dei principali *peer* (soprattutto della Germania), ma **le imprese italiane che hanno esteso il loro raggio di azione hanno buone prospettive davanti** e, già nella fase di avvio del 2017, stanno raccogliendo ottimi risultati: l'export made in Italy è infatti in forte crescita verso la Cina (+28,4% nei primi sei mesi dell'anno), l'area del Mercosur (+19,0%), i Paesi Asean (+17,7%), l'Africa subsahariana (+13,0%) e l'India (+10,0%).

Nel Rapporto Export 2017 di SACE sono state individuate 15 geografie prioritarie², quasi tutte economie emergenti. Sono solo pochi esempi di mercati ad alto potenziale e ve ne sono molti altri: Filippine e Malaysia in Asia, Senegal in Africa, Turchia in Medio Oriente, Colombia in America Latina, Polonia e Ungheria nell'Europa dell'Est, e così via. **Occorre tenere in considerazione anche l'aspetto demografico di alcune di queste economie:** soltanto Cina e India rappresentano oltre un terzo della popolazione mondiale; l'Indonesia è un mercato di oltre 260 milioni di abitanti.

Molti di questi paesi offrono buone opportunità già da ora, **altri sono "mercati del domani", per i quali però occorre attrezzarsi oggi per farsi trovare preparati in futuro.** I nostri principali *competitor* stanno già correndo, siamo in grado di fare altrettanto?

di – Pietro Candia e Pierluigi Ciabattoni

¹ R. Baldwin, "The Great Convergence", 2016.

² Stati Uniti, Cina, Russia, EAU, Repubblica Ceca, Arabia Saudita, Messico, India, Brasile, Sudafrica, Indonesia, Vietnam, Qatar, Perù e Kenya.